

дальших наукових розвідок у даному напрямі є удосконалення механізмів формування організаційно-економічних зв'язків між виробниками і торговельними підприємствами щодо ефективного забезпечення товарами власних торгових марок.

Перелік посилань:

1. Карпенко Ю.М. Розвиток концепції private label: світовий досвід та українські реалії [Електронний ресурс] / Ю.М. Карпенко // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні. – К.: КНЕУ, 2011. – С. 202-2014. – Режим доступу до журн. : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/1235/1/Karpenko.pdf>.
2. Baltas G. An empirical analysis of private brand demand recognizing heterogeneous preferences and choice dynamics / G. Baltas, P. Doyle // *The Journal of the Operational Research Society*. – 1998. – vol. 49 (8). – P. 790-798.
3. Batra R. Consumer level factors moderating the success of private label brands across product categories / R. Batra, I. Sinha // *Journal of Retailing*. – 2000. – vol. 76 (2). – P. 175-191.
4. Bawa K. The effects of free sample promotions on incremental brand sales / K. Bawa, R. Shoemaker // *Marketing Science*. – 2004. – vol. 23 (3). – P. 345-363.
5. Hoch Stephen When do private labels succeed / Stephen Hoch, Shumeet Banerji // *Sloan Management Review*. – 1993. – vol. 34 (4). – P. 57-67.
6. Koncar Jelena Private label development in Republic of Serbia / Jelena Koncar, Goran Vukmirovic, Zita Katai // *Business & Economic Horizons*. – 2010. – vol. 3. – P. 105-110.
7. Mullera Georg Private label price rigidity during holiday periods / Georg Mullera, Mark Bergenb, Shantanu Duttac // *Applied Economics Letters*. – 2006. – vol. 13. – P. 57-62.
8. Sethuraman R. Coupons and private labels: a cross-category analysis of grocery products / R. Sethuraman, J. Mittelstaedt // *Psychology and Marketing*. – 1992. – vol. 9. – P. 487-500.
9. Покупатели супермаркетов все больше отдают предпочтение private label [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://cre.in.ua/news/2014/06/19/pokupateli-supermarketov-vse-bolshe-otdayut-predpochtenie-private-label>.
10. АТБ-маркет [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.atbmarket.com>.
11. Varus [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.varus.ua>.
12. Велика Кишеня [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kishenya.com.ua>.
13. Fozzy Group [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.silpo.ua>.
14. Еко-маркет [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.eko.com.ua>.
15. Metro Cash & Carry [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.metro.ua>.
16. Фуршет [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.furshet.ua>.

Стаття надійшла: 06.10.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.



УДК 339.5.053

JEL F 10

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ

Навроцький О.О., к.е.н., доцент

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Анотація. Мета статті полягає в аналізі сучасних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі послугами та механізму її регулювання в Україні з метою переходу до постіндустріальної економіки. У статті досліджено особливості послуг як предмета експорту та імпорту, проведено оцінку сучасного стану та факторів, що впливають на розвиток міжнародної торгівлі послугами в Україні, а також виявлено основні тенденції та закономірності розвитку сфери послуг на сучасному етапі перехідної економіки країни та обґрунтуванні пріоритетні напрямки нарощування вітчизняного зовнішньоекономічного потенціалу та ефективності експорту та імпорту послуг. Виходячи з проведеного дослідження, зовнішня торгівля послугами України носить асиметричний характер, адже більшість національного експорту послуг припадає на поставки традиційних низько технологічних видів – транспортних послуг і послуг з переробки матеріальних ресурсів, з іншого боку, майже по вісімнадцять відсотків імпорту припадає на фінансові та ділові послуги проти трьох відсотків у структурі експорту. Аналіз напрямів розвитку зовнішньої торгівлі послугами свідчить про те, що вартісні обсяги та структура експорту-імпорту послуг України є характерні для економіки індустріального типу, коли максимальна частка експорту припадає на послуги третього сектора економіки, а імпорту на послуги п'ятого, найбільш високотехнологічного сектора економіки, виходячи з того, що розвиток торгівлі послугами відбувається завдяки змінам в технології. Звідси можна позначити тенденцію посилення ролі інформаційних технологій, яка в свою чергу в сукупності з іншими факторами підкреслює першорядність вирішення завдання розвитку зовнішньої торгівлі пос-

лугами України через нарощування обсягу експорту послуг п'ятого управлінсько-соціального сектора економіки. З метою нарощування вітчизняного зовнішньоекономічного потенціалу та ефективності експорту та імпорту послуг необхідною є підтримка держави у напрямках, що є пріоритетними для економіки знань.

Ключові слова: послуги, міжнародна торгівля, експорт послуг, імпорт послуг, економіка (суспільство) знань.

Постановка проблеми. Міжнародна торгівля безпосередньо впливає на економічний розвиток будь-якої країни. Зовнішня торгівля, з одного боку, є фактором росту економіки, а з іншого, фактором росту залежності країн від міжнародного товарообміну. Торгівля послугами самостійна і важлива сфера міжнародних економічних відносин, в останні десятиліття вона не тільки порівняно швидко збільшується і значно доповнює світовий товарообіг, але й багато в чому сприяє його зростанню і розвитку національних господарств. Зокрема, міжнародна торгівля послугами сприяє поповненню доходів бюджету, створенню нових робочих місць, підвищенню ефективності матеріального і нематеріального виробництва, надходженню іноземної валюти для здійснення необхідного імпорту. Україна в міжнародній торгівлі послугами поступається позиціями в міжнародному товарообігу країнам з постіндустріальною економікою, що не дозволяє повністю реалізувати потенціал сфери послуг в країні, а тому необхідним є проведення комплексного аналізу тенденції та закономірності розвитку сфери послуг на сучасному етапі перехідної економіки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні аспекти аналізу зовнішньої торгівлі послугами в Україні було розглянуто в працях Р. О. Кулиничка [1], В. Є. Новицького [2], Л. Г. Рождественської [3] та ін. Серед публікацій з питань міжнародної торгівлі послугами за кордоном можна згадати роботи Дж. Джексона [4], С. Кларка [5], Л. Шелпа [6]. Проблеми розвитку торгівлі послугами були висвітленими у працях вітчизняних вчених: О. Г. Білорус [7], З. С. Варналія [8], Р. О. Заблоцької [9], Н. О. Іксарової [10], А. П. Румянцева [11] та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Проблема обґрунтування перспективних напрямків і форм зовнішньоторговельних відносин вивчається багатьма українськими та зарубіжними ученими, проте для країн з перехідною економікою, таких як Україна, дослідження особливостей зовнішньої торгівлі послугами як важливого індикатора рівня конкурентоспроможності національної економіки є недостатньо висвітленими, а тому залишається досить актуальними.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в аналізі сучасних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі послугами та механізму її регулювання в Україні з метою переходу до постіндустріальної економіки, а також обґрунтуванні пріоритетних напрямків нарощування вітчизняного зовнішньоекономічного потенціалу та ефективності експорту та імпорту послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний розвиток зовнішньоекономічних зв'язків України характеризується зростаючим значенням сфери послуг, що певною мірою відображає загальносвітову тенденцію. У міжнародній практиці торгівля послугами розглядається як сукупність різних видів діяльності, які виробляють в основному нематеріальний продукт, що характеризується низкою особливостей:

- існування взаємозалежності між торгівлею послугами і товарами.
- виробництво і споживання послуг відбувається практично одночасно, їх неможливо виробити і зберігати в очікуванні сприятливої ринкової кон'юнктури, як це може бути здійснено при торгівлі товарами.
- регулювання світової торгівлі послугами забезпечується в великій мірі на основі внутрішніх, національних законів, правил і норм.
- при експорті або імпорті багатьох видів послуг ці операції не носять транскордонного характеру, тобто послуга як товар не перетинає митного кордону постачальника або імпортера.

Міжнародна торгівля в сфері послуг має деякі особливості, перш за все, в її географічному розподілі. У географічному розподілі українського експорту та імпорту послуг переважаючим напрямком є країни СНД, на частку яких у 2013 році припадало близько 40% по експортних операціях (рис. 1) проти більш ніж 70 % у 1996 році. Протилежна тенденція спостерігається у торгівлі послугами з ЄС, так, якщо у 1996 році частка таких послуг у експорті країни складала 14 %, то до 2013 Вона зросла до 33 %. Щодо імпорту послуг до країн ЄС, він також збільшився більш ніж у два рази, що є доказом того, що в міжнародній торгівлі України змінюється географічний розподіл експорт та імпорту, виходячи з того, що економіка країни тяжіє до співпраці з державами-членами Європейських Спільнот.

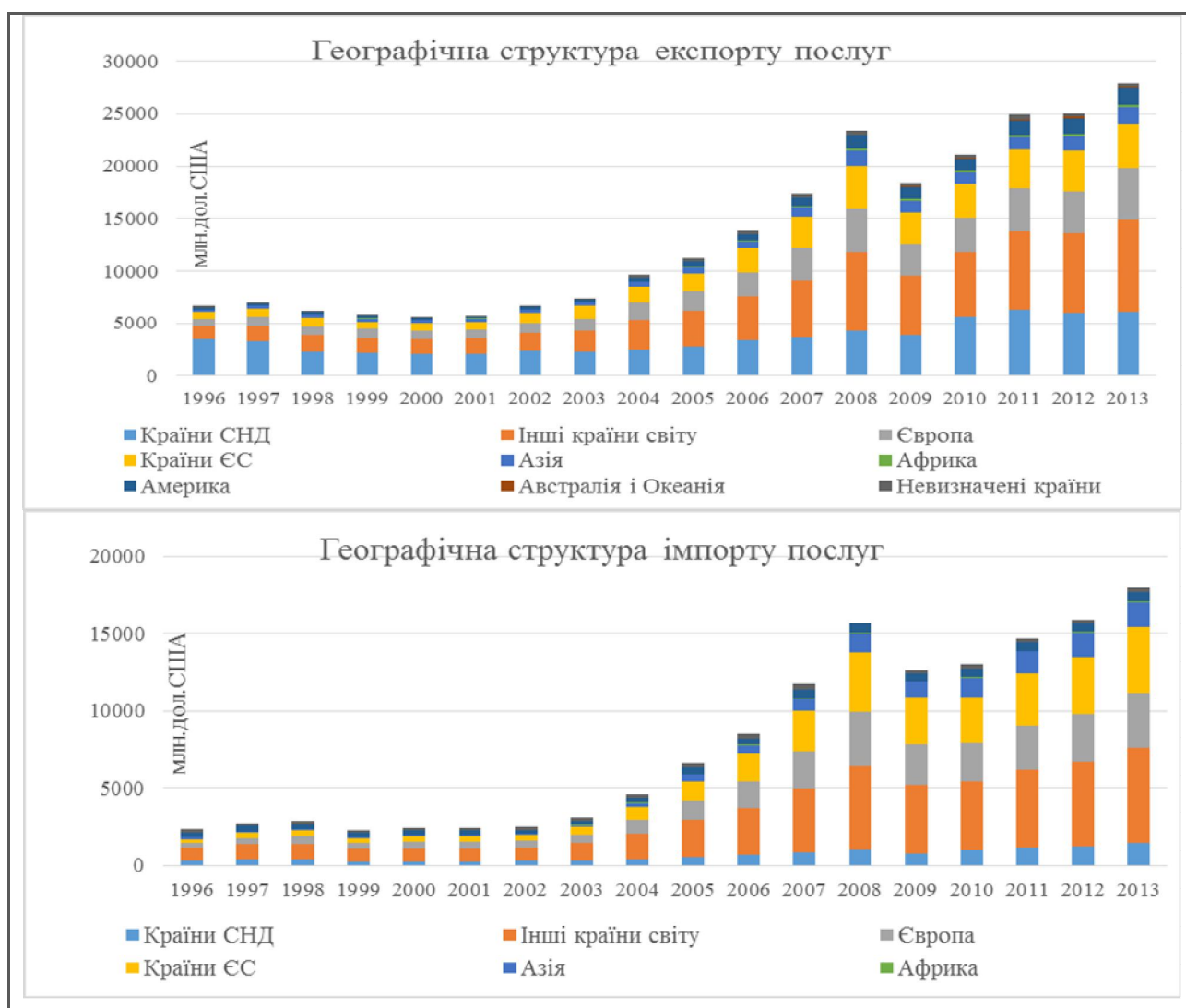


Рисунок 1 – Географічна структура експорту-імпорту послуг України

* розроблено автором за [12]

У першому кварталі 2014 року переважаючими статтями українського експорту послуг з п'ятьма найбільшими країнами-партнерами світу: Російською Федерацією, Великою Британією, Німеччиною, Швейцарією та США були транспортні послуги, послуги з переробки матеріальних ресурсів (табл. 1).

Таблиця 1 – Зовнішня торгівля послугами України з найбільшими країнами-партнерами світу за I квартал 2014 року

Країна	Обсяг звітного періоду, тис. дол. США		Питома вага, у % до загального обсягу країни	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
Російська Федерація, у тому числі:	1046133,65	211527,53	100	100
Транспортні послуги	818991,98	76204,65	78,3	36,0
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	7727,6	45894,97	0,7	21,7
Ділові послуги	95539,44	38064,34	9,1	18,0
Велика Британія, у тому числі:	177842,25	184386,8	100	100
Транспортні послуги	106097,49	24676,02	59,7	13,4
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	6119,45	83941,56	3,4	45,5
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	975,41	9978,48	0,5	5,4

Країна	Обсяг звітної періоду, тис. дол. США		Питома вага, у % до загального обсягу країни	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	28487,63	10668,89	16,0	5,8
Ділові послуги	23284,6	43277,61	13,1	23,5
Німеччина, у тому числі:	171878,95	97297,34	100	100
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	41169,4	126,2	24,0	0,1
Транспортні послуги	64721,39	24424,13	37,7	25,1
Послуги з будівництва	2109,47	17066,57	1,2	17,5
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	31963,91	14605,73	18,6	15,0
Ділові послуги	23691,69	16214,28	13,8	16,7
Швейцарія, у тому числі:	227181,03	85580,74	100	100
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	97383,96	-	42,9	-
Транспортні послуги	63165,55	9369,25	27,8	10,9
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	1483,74	43308,24	0,7	50,6
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	35986,6	9443,2	15,8	11,0
Ділові послуги	24955,0	10890,0	11,0	12,7
США, у тому числі:	160942,93	61203,94	100	100
Транспортні послуги	43197,05	3746,54	26,8	6,1
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	7097,16	7972,24	4,4	13,0
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	83129,27	4163,66	51,7	6,8
Ділові послуги	23183,99	9797,68	14,4	16,0

* розроблено автором за [12]

Значною є частка послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг. Імпортувались Україною з цих країн здебільшого послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю та будівництвом, транспортні, ділові послуги, а також роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності. До особливостей зовнішньої торгівлі України послугами слід віднести досить обмежену номенклатуру експорту українських послуг та незначну питому вагу в структурі експорту сучасних послуг пов'язаних з використанням інтелектуальної власності. Позитивною тенденцією можна вважати високу питому вагу в експорті країни послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг.

Головною проблемою української зовнішньої торгівлі послугами є структурна незбалансованість експорту та імпорту послуг країни (табл. 2).

Таблиця 2 – Структура експорту й імпорту послуг в Україні

Найменування послуги згідно з КЗЕП	Питома вага у % до загального обсягу	
	Експорт	Імпорт
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	12,1	0,3
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій	2,4	2,2
Транспортні послуги	55,2	21,1
Послуги, пов'язані з подорожами	2,1	8,6
Послуги з будівництва	1,9	3,2
Послуги зі страхування	0,5	1,5
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	2	17,7
Роялті та інші послуги, пов'язані з викорис-	0,5	8

Найменування послуги згідно з КЗЕП	Питома вага у % до загального обсягу	
	Експорт	Імпорт
Послугами інтелектуальної власності		
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	12,1	7,8
Ділові послуги	10,8	18
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	0,3	0,3
Державні та урядові послуги	0,1	11,3

** розроблено автором за [12]*

У даний час більше 55 % українського експорту послуг припадає на транспортні послуги, по 12 % припадає на послуги з переробки матеріальних ресурсів та послуги в сфері телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні послуги, а також близько 11 % - це питома вага ділових послуг. Варто відзначити, що зазначені види також складають основний обсяг світової торгівлі послугами, проте в Україні низький, як в абсолютному, так і у відносному вираженні експорт фінансових, страхових, державних і урядових, рекреаційних та культурних послуг, а також роялті та ліцензійних платежів. Сукупна частка цих видів послуг в українському експорті складає більше 3 %.

Стосовно структури імпорту України, 21 % українського імпорту послуг припадає на транспортні послуги, майже по 18 % на фінансові та ділові послуги, а також більше ніж 11 % на урядові та державні послуги.

Структурна незбалансованість експорту та імпорту послуг спостерігається і у регіональному розрізі (табл. 3). Найбільша питома вага зовнішньої торгівлі послугами припадає на Київ, при цьому спостерігається зменшення асиметрії експорту послуг та її збільшення щодо імпорту послуг за регіонами України.

Таблиця 3 – Обсяги експорту-імпорту послуг за регіонами

Область	Експорт, у % до загального обсягу				Імпорт, у % до загального обсягу			
	2006	2010	2013	І п. 2014	2006	2010	2013	І п. 2014
Вінницька	0,3	0,3	0,4	0,6	1,6	1,3	0,4	0,3
Волинська	0,2	0,3	0,4	0,5	0,4	0,5	0,6	0,4
Дніпропетровська	1,6	3	3,7	3,1	4,5	8,2	6,6	7
Донецька	4,1	4,6	4,3	3,5	5,7	7,9	8,2	6,2
Житомирська	0,1	0,1	0,3	0,3	0,1	0,3	0,2	0,2
Закарпатська	0,4	0,4	2	1,7	0,6	0,7	0,6	0,7
Запорізька	1,6	1,5	1,5	1,7	1,8	2	1,4	1,1
Івано-Франківська	0,2	0,7	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5
Київська	1,4	3	3,2	3,4	1,8	3,8	4,1	4,1
Кіровоградська	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,6	0,5
Луганська	0,4	1,3	1,1	3,2	1,1	1	2,2	3,4
Львівська	1	0,9	2,7	3,4	1,1	1,3	1,5	1,4
Миколаївська	1,3	1,8	4,2	4,4	0,8	1,1	1	1
Одеська	11,7	9,9	7,9	8,6	3,4	3,7	3,5	3,9
Полтавська	0,3	0,3	0,5	0,7	2,4	2,1	2,5	3,2
Рівненська	0,7	0,6	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3
Сумська	0,7	0,4	0,4	0,4	2,9	1,2	1	0,9
Тернопільська	0,1	0,1	0,4	0,5	0,1	0,1	0,2	0,2
Харківська	1,3	1,7	2,3	2,3	4	5,8	2,4	2,3
Херсонська	0,7	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1
Хмельницька	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Черкаська	0,1	0,1	0,2	0,2	0,4	0,4	0,3	0,8
Чернівецька	0	0,1	0,1	0,1	0,2	0	0	0
Чернігівська	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4
м. Київ	49,7	24,3	27,1	28,5	36,1	36,1	41,2	41,4
Нерозподілені	21,7	43,7	35,6	31,1	29,4	20,9	19,9	19,5

** розроблено автором за [12]*

Зовнішня торгівля послугами України може розглядатися як перспективна область її зовнішньоекономічних зв'язків, а також – послужити джерелом збільшення валютних доходів. Ця

область торгівлі заслуговує пріоритетної уваги, спрямованої на встановлення оптимальних умов для динамічного зростання. Послуги іноземних постачальників України могли б стати одним з головних чинників прискорення розвитку продуктивних сил за умови, що структура імпорту та експорту послуг буде зорієнтована на перехід до постіндустріальної економіки, а на внутрішньому ринку буде підтримуватися стійкий баланс інтересів між вітчизняними та іноземними постачальниками послуг, що максимально задовольняє споживачів і забезпечує повноцінну конкурентне середовище.

Використовуючи запропонований Д. Беллом і його послідовниками підхід у одній з попередніх робіт автора було запропоновано сучасну типологію секторів економіки за такими ознаками: третій сектор економіки – інфраструктурно-виробничий; четвертий сектор економіки – розподільчо-професійний; п'ятий сектор економіки- суспільно-управлінський. Проведене дослідження структури імпорту-експорту послуг третього, четвертого та п'ятого секторів наведено у табл. 4.

Таблиця 4 – Структура експорту-імпорту послуг за секторами економіки

Тип суспільства	Індустріальне суспільство	Постіндустріальне суспільство				
		IV сектор економіки		V сектор економіки		
Сектор економіки	III сектор економіки	IV сектор економіки		V сектор економіки		
	Питома вага, %		Питома вага, %		Питома вага, %	
	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт
2002	92,4	36,49	1,80	11,05	5,79	52,46
2003	91,73	33,25	1,90	12,64	6,38	54,11
2004	87,97	31,61	3,22	18,51	8,81	49,88
2005	85,31	28,06	4,34	19,95	10,35	51,99
2006	82,89	27,44	5,23	24,99	11,87	47,57
2007	78,40	27,39	6,58	25,78	15,02	46,83
2008	75,06	30,31	8,08	29,66	16,86	40,02
2009	76,88	24,64	7,02	34,00	16,10	41,36
2010	77,45	26,12	6,97	28,24	15,58	45,63
2011	77,39	32,01	5,67	23,33	16,95	44,66
2012	74,14	31,53	5,16	24,34	20,70	44,13
2013	58,54	24,39	16,91	21,64	24,55	53,98
I кв. 2014	57,60	23,59	17,31	27,61	25,09	48,80

* розроблено автором за [12]

Аналіз експорту питомої ваги секторів економіки показує, що протягом останнього десятиліття спостерігалось зростання частки четвертого (з 1,8 до 17,3 %) і п'ятого секторів економіки (з 5,8 до 25,1 %), що свідчить про існування тенденції переходу країни від індустріального до постіндустріального суспільства. Проте варто враховувати той факт, що близько 80 % імпорту припадає на четвертий і п'ятий сектора, що свідчить про необхідність розвитку даних видів послуг в Україні.

На ринку України недостатньо розвинене виробництво ділових, консультаційних, інжинірингових, банківських та інших видів послуг, значна питома вага яких є характерною для постіндустріального суспільства, в зв'язку з цим на світовому ринку послуг Україна посідає низькі позиції, зумовлені недостатньою розвиненістю сектора послуг, обмеженою структурою вироблених послуг, а також незначною незбалансованістю експорту та імпорту. Виходячи з проведеного аналізу, вартісні обсяги та структура зовнішньої торгівлі послугами України є характерні для економіки індустріального типу, коли максимальна частка експорту припадає на послуги третього сектора економіки, а імпорту на послуги п'ятого, найбільш високо-технологічного сектора економіки, виходячи з того, що розвиток торгівлі послугами відбувається завдяки змінам в технології. Звідси можна позначити тенденцію посилення ролі інформаційних технологій, яка в свою чергу в сукупності з іншими факторами підкреслює першорядність вирішення завдання розвитку зовнішньої торгівлі послугами України через нарощування обсягу експорту послуг п'ятого управлінсько-соціального сектора економіки.

Для розвитку експорту послуг необхідна підтримка держави. Насамперед це стосується поліпшення інвестиційного клімату в країні, так як для компаній сфери послуг важливою є якість підприємницького середовища: рівень і швидкість надання державних послуг, ступінь розвитку правоохоронної системи та регулюючого законодавства, доступність фінансових послуг, включаючи можливість залучення іноземного капіталу, наявність адекватного ринку праці та інше (за даними рейтингу Doing Business за 2014 рік [13])

за рівнем розвитку підприємницького середовища України займає лише 112 місце). Основними завданнями у сфері зовнішньоекономічної діяльності також повинні стати наступні заходи: формування позитивного міжнародного іміджу країни шляхом проведення системної інформаційної діяльності з використанням різних засобів комунікацій та відповідних заходів; надання експортерам організаційної, правової та інформаційної підтримки, спрямованої на нарощування ними обсягів експорту; проведення активної політики просування на зовнішні ринки послуг, насамперед послуг п'ятого управлінсько-соціального сектора економіки, закріплення на традиційних та освоєння нових перспективних ринків збуту. Серед інших пріоритетних напрямків нарощування вітчизняного зовнішньоекономічного потенціалу та ефективності експорту та імпорту послуг варто відзначити необхідність вживання заходів з підвищення ефективності надаваних послуг і збільшенню обсягів зовнішньоекономічної діяльності, такі заходи в підсумку повинні бути орієнтовані на вирішення основних системних проблем, формування нового економічного потенціалу країни, відповідно до пріоритетів постіндустріальної економіки та суспільства знань, розвиток інноваційних технологій, підвищення якості життя різних соціальних верств населення. Також важливим для збільшення експорту послуг залишається розвиток інфраструктури.

Висновок. Отже, зовнішня торгівля послугами України носить асиметричний характер: більшість національного експорту послуг припадає на поставки традиційних низько технологічних видів – транспортних послуг і послуг з переробки матеріальних ресурсів, з іншого боку, майже по 18 % імпорту припадає на фінансові та ділові послуги проти 3 % у структурі експорту. Аналіз напрямів розвитку зовнішньої торгівлі послугами свідчить про те, що вартісні обсяги та структура експорту-імпорту послуг України є характерні для економіки індустріального типу, коли максимальна частка експорту припадає на послуги третього сектора економіки, а імпорту на послуги п'ятого, найбільш високотехнологічного сектора економіки. З метою нарощування вітчизняного зовнішньоекономічного потенціалу та ефективності експорту та імпорту послуг необхідною є підтримка держави у напрямках, що є пріоритетними для постіндустріальної економіки та суспільства знань: формування нового економічного потенціалу країни, розвиток інноваційних технологій, розвиток інфраструктури та інші.

Перелік посилань.

1. Кулинич Р.О. *Статистичні методи аналізу взаємозв'язку показників соціально-економічного розвитку* : [монографія] / Р.О. Кулинич. – К. : ВПД “Формат”, 2008. – 288 с.
2. Новицький В.Є. *Міжнародна економічна діяльність України* / В.Є. Новицький; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2003. – 948 с.
3. Рождественська Л.Г. *Статистика ринку товарів і послуг* / Л.Г. Рождественська. – К.: КНЕУ, 2005. – 419 с.
4. Jackson J. *Legal Problems of International Economic Relations: Cases, Materials and Text on the National and International Regulation of Transnational Economic USA* / J.Jackson, W.Devey, A.Syke. - *American Casebook Series*, 1995. – 1248 p.
5. Clark C. *The Condition of Economic Progress* / Clark C. – London: MacMillan, 1957. – 720 p. – (Macmillan Publishers Ltd).
6. Shelp L. *Beyond Industrialization: Ascendancy of the Global Service Economy* / Shelp L. - New York, 1982. – 242 p. – (Praeger Publishers Inc).
7. Білорус О.Г. *Глобалізація і національна стратегія України* / О.Г. Білорус. – К. : Батьківщина; Броди: Просвіта, 2001. – 300 с.
8. Варналій З.С. *Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення* / З.С. Варналій, Д.Д. Буркальцева, О.С. Саєнко. – К. : Знання України, 2011. – 299 с.
9. Заблоцька Р.О. *Світовий ринок послуг* / Р.О. Заблоцька. – К.: Знання України, 2004. – 280 с.
10. Іксарова Н.О. *Зовнішня торгівля послугами у системі економічної безпеки: геополітичний аспект* / Іксарова Н.О. // *Збірник матеріалів XI міжнародної науково-практичної конференції 30 травня 2008 року, Моделі забезпечення сталого розвитку світового господарства: економіка, фінанси та право*, К.: УДУФМТ, 2008. – С. 217–219. – (Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі).
11. Румянцев А.П. *Міжнародна торгівля послугами* : / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 112 с. – (ЦНЛ).
12. *Державна служба статистики України* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
13. *Рейтинг економік Всемирного банка 2014* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://russian.doingbusiness.org/rankings>.

Стаття надійшла: 19.10.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Іванілов О.С.